

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL

THAINÁ HENGEL DA SILVA PERES

**O ATO DE FOTOGRAFAR EM ESPAÇOS TURÍSTICOS URBANOS:
CONTEMPLAÇÃO E FOTOGRAFIA NO CENTRO HISTÓRICO DE
MORRETES-PR**

MATINHOS

2016

THAINÁ HENGEL DA SILVA PERES

**O ATO DE FOTOGRAFAR EM ESPAÇOS TURÍSTICOS URBANOS:
CONTEMPLAÇÃO E FOTOGRAFIA NO CENTRO HISTÓRICO DE
MORRETES-PR**

Monografia apresentada como requisito parcial
a obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de
Turismo no curso de graduação em tecnologia
em gestão de turismo, setor da Educação
Profissional e tecnológica Da Universidade
Federal do Paraná, Setor Litoral.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Chemin.

MATINHOS

2016


ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos trinta dias do mês junho de 2016, às 20:45 horas na sala 25 A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelas professoras D.ra Elizabete Sayuri Kushano e M.^a Beatriz Leite Ferreira Cabral, sob a presidência do professor D.r Marcelo Chemin. O Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria da aluna Thainá Hengel da Silva Peres, sob o título: *“O ATO DE FOTOGRAFAR EM ESPAÇOS TURÍSTICOS URBANOS: CONTEMPLAÇÃO E FOTOGRAFIA NO CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES-PR”*. O conceito atribuído foi: APL. A aluna terá o prazo de 15 (quinze) dias para fazer as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em CD com arquivo em PDF com a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 30 de junho de 2016.



D.r Marcelo Chemin

D.ra Elizabete Sayuri Kushano

M.^a Beatriz Leite Ferreira Cabral

Thainá Hengel da Silva Peres

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela saúde, ânimo e fortalecimento o qual permitiu a dádiva de realizar este trabalho, e também a superar as dificuldades.

Aos turistas que me concederam as entrevistas.

Ao meu marido Eliézer Nunes Mendes, pela força, afeto e apoio ao longo da minha trajetória acadêmica.

Aos meus pais, Agildo Rodrigues Peres e Gizele da Silva Miranda, pelo incentivo aos estudos e principalmente pelo exemplo de vida.

Ao meu orientador Marcelo Chemin, pelo ensino, apoio e confiança.

Às minhas amigas, Denise Marzo, Gabriela Bremer e Manuela Abalem, pela companhia.

E a todos os professores do curso de Gestão de Turismo, pelo aprendizado que me foi oportunizado.

"Não fazemos uma foto apenas com uma câmera; ao ato de fotografar trazemos todos os livros que lemos, os filmes que vimos, a música que ouvimos, as pessoas que amamos."

Ansel Adams

RESUMO

O tema deste trabalho consiste na relação do turista com a fotografia no ato de fotografar no centro histórico de Morretes/PR, abordando a contemplação através da fotografia e a experiência do real, visto que a fotografia e o turismo são atividades relevantes como um ato de prazer, uma vez que o olhar fotográfico pode ser saciado por meio da prática do turismo, ou construído em uma viagem. A partir desta relação do turista com a fotografia e o espaço visitado, foi possível pesquisar e analisar a seguinte questão: Quais são as principais motivações e assuntos dos turistas no seu ato de fotografar no centro histórico de Morretes? Sendo assim, este estudo busca identificar as principais motivações e assuntos relacionados ao ato de fotografar e também interpretar o ato fotográfico em relação a paisagem do centro histórico. O estudo se desenvolveu diante da abordagem qualitativa, com uma pesquisa exploratória e descritiva. Os resultados foram obtidos de modo satisfatório, considerando o ato fotográfico uma característica consolidada no centro histórico de Morretes.

Palavras-Chave: Fotografia - Espaço Turístico Urbano – Centro Histórico de Morretes/Pr.

ABSTRACT

The theme of this work is the tourist relationship with photography in the act of shooting in the center of Morretes / PR, addressing contemplation through photography and the actual experience, as photography and tourism are relevant activities as an act of soon, since the photo eye can be satisfied by the tourism practice, or constructed in one trip. From this tourist relationship with photography and visited space, it was possible to search and analyze the question: What are the main motivations and issues of tourists in his act of shooting in the center of Morretes? Thus, this study aims to identify the main motivations and issues related to the act of shooting and also interpret the photographic act in relation to landscape the historic center. The study was developed on the qualitative approach, with an exploratory and descriptive research. The results were obtained satisfactorily, considering the photographic act a consolidated feature in the center of Morretes.

Keywords: Photography - Tourist Urban Space - Morretes History Center / Pr.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DE MORRETES – PR.....	36
FIGURA 2 – LIMITES DO MUNICÍPIO DE MORRETES – PR.....	36

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1	A FOTOGRAFIA	12
2.1.1	FOTOGRAFIA E TURISMO	15
2.1.2	O ATO FOTOGRÁFICO	19
2.2	ESPAÇO TURÍSTICO	26
2.2.1	ESPAÇO TURÍSTICO URBANO	26
2.2.2	PAISAGEM URBANA E TURISMO	29
3	MORRETES	35
3.1	ASPECTOS HISTÓRICOS E GEOGRÁFICOS	35
3.2	TURISMO NA CIDADE DE MORRETES	37
3.3	CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES	38
4	FOTOGRAFIA, ESPAÇOS TURÍSTICOS E PAISAGEM DE MORRETES	40
4.1	O ATO FOTOGRÁFICO EM RELAÇÃO À PAISAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES	40
4.2	MOTIVAÇÃO PARA FOTOGRAFAR	44
4.3	CONTEMPLAÇÃO E ASSUNTOS DA FOTOGRAFIA	45
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	48
	APÊNDICE 1 – ROTEIRO PRELIMINAR DE ENTREVISTA	52
	APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE ENTREVISTA	54

1 INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno social contemporâneo, que está associado a férias, viagens e lazer, e também possui distintos segmentos, dependendo de suas práticas sociais. O desejo de viajar e conhecer determinados espaços turísticos são influenciados por imagens, dentre as quais fotografias, difundidas com frequência e intensidade pela mídia, sobretudo a especializada em viagens.

No conjunto estas imagens atuam na criação de expectativas por parte dos potenciais turistas. No entendimento da autora, a fotografia tem o predicado de permitir que os olhos passem e viagem antes mesmo da viagem em si, permitindo a criação de perspectivas sobre o destino, ponto de vista este que segue a leitura de Urry (2001, p. 186, grifo do autor) ao afirmar que “a fotografia *parece* ser um meio de transcrever a realidade”.

O estudo aqui realizado apresenta a fotografia em consonância com o turismo, diante de uma sociedade que vive uma cultura de consumo de imagens, conforme a concepção de Vilém Flusser (2002, p. 09), “o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens”. Nesta perspectiva, é instigante refletir se o ato de fotografar não compete, na ótica dos turistas, e em termos de importância, com a própria experiência da realidade.

Dentre as intenções deste trabalho de conclusão de curso pretende-se que o leitor reflita acerca da dedicação e prioridade dada ao ato fotográfico em espaços turísticos no centro histórico de Morretes/PR, quando, como e se é feito demasiadamente.

O impacto que a fotografia exerce no turismo é algo notável e curioso de ser estudado, pois é comum ver turistas com os mais variados tipos de câmeras fotográficas, fotografando ou se deixando fotografar em meio ao centro histórico da cidade de Morretes-PR. As pessoas captam a paisagem e se colocam nela durante o ato fotográfico.

As paisagens constituem a identidade de um lugar, e atuam como recurso com potencial significativo na atração de turistas. Os “cliques” das paisagens são constantes e até mesmo parece a esta autora uma prática exagerada, em busca da melhor fotografia à frente da paisagem.

O tema deste trabalho consiste na relação do turista com a fotografia no ato de fotografar em espaços turísticos de Morretes/PR, abordando a contemplação através da fotografia e a experiência do real, cujo problema se expressa na seguinte questão: Quais são as principais motivações e assuntos dos turistas no seu ato de fotografar no centro histórico de Morretes/PR?

A partir desta questão, foi delimitado o objetivo: interpretar o ato fotográfico em relação à paisagem do centro histórico de Morretes/PR, de modo a identificar as principais motivações e assuntos. Oportuno referenciar que para Kossoy (2001, p.38) “assunto” é um elemento da fotografia, descrito como “tema escolhido, o referente fragmento do mundo exterior (natural, social, etc.)”.

Do ponto de vista pessoal, importa destacar que o Curso de Gestão de Turismo permitiu ampliar minha visão em vários aspectos, dentre eles, um olhar aguçado em relação às práticas sociais e o fator cultural consolidado no âmbito turístico. Nas experiências turísticas, foi notório o ato fotográfico em espaços turísticos urbanos de muitos turistas, sendo assim, decidi estudar este comportamento social.

Dentre os autores que influenciaram este trabalho, cito John Urry (2001), em seu livro “O Olhar do Turista”, em que ilustra a importância do turismo e analisa o conceito do olhar do turista e seu comportamento: “a fotografia, portanto, está intimamente ligada ao olhar do turista” (URRY, 2001, p. 187).

Susan Sontag (2004) influenciou de forma significativa também quando analisou a prática de fotografar como um novo código visual: “os turistas, em sua maioria, sentem-se compelidos a pôr a câmera entre si mesmos e tudo de notável que encontram” (SONTAG, 2004, p.20).

Sendo assim, o estudo se desenvolveu diante da abordagem qualitativa. Gerhardt e Silveira (2009, p. 32) esclarecem “a pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”.

Diante do objetivo, que consiste em interpretar o ato fotográfico em relação à paisagem do centro histórico de Morretes/PR, de modo a identificar as principais motivações e assuntos. A pesquisa foi classificada como exploratória e descritiva. Exploratória, para ter uma visão mais ampla sobre o tema proposto, vinculado à prática do ato fotográfico no centro histórico de Morretes. De acordo com Gil (2002, p. 41) “pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo

principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”.

E descritiva, pelo fato de buscar entendimento de um comportamento social, que se dá diante da relação do turista com a fotografia. Para Rampazzo (2005, p.53) “a pesquisa descritiva procura, pois, descobrir, com precisão possível, a frequência com que o fenômeno ocorre, sua relação e sua conexão com outros, sua natureza e suas características”.

A pesquisa incluiu etapa de embasamento teórico e conceitual, trabalho de campo mediante elaboração de um roteiro de entrevista semi-estruturada, bem como a observação. E logo após, análise e sistematização dos resultados finalizado com a redação.

Esta monografia está organizada em quatro capítulos. No primeiro capítulo é abordado sobre concepções iniciais da história da fotografia, retratando também a relação da fotografia com o turismo e o ato fotográfico, um estudo que pretende entender esse fenômeno que se apropriou dos espaços turísticos e media a experiência do turista na realização de suas viagens.

Logo em seguida no segundo capítulo trabalha-se o conceito do espaço urbano e sua relação com o espaço turístico, que permeiam os equipamentos e serviços ofertados para atender a demanda turística. O quarto capítulo associa paisagem e paisagem urbana com o turismo. O terceiro capítulo retrata Morretes/PR, destino turístico consolidado do estado do Paraná, onde foram abordados aspectos históricos e geográficos da região, caracterizando seu espaço turístico urbano. Finaliza o quarto capítulo, em que são apresentados os resultados relacionados ao ato de fotografar no centro histórico de Morretes, espaço intensamente apropriado pelo turismo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A FOTOGRAFIA

Reproduzir-se, perpetuar-se, construir a própria imagem, eis práticas do homem que remontam à sua própria existência (LEITE e SILVIA, 2012, p. 2).

Compreender a fotografia expõe características que propiciaram seu desenvolvimento e consolidação nos dias atuais.

Kossoy (2001, p. 25), afirma que o advento da fotografia surgiu na Revolução Industrial, e foi essencial para a expansão do conhecimento e da informação que também proporcionou uma nova forma de expressão artística. Para o autor “a nova invenção veio para ficar. Seu consumo crescente e ininterrupto ensejou o gradativo aperfeiçoamento da técnica fotográfica” (KOSSOY, 2001, p.25).

Apesar da autoria da fotografia ter sido atribuída a Louis Jacques Mandé Daguerre (1789-1851), no ano de 1839, data em que foi reconhecido mundialmente, em 1826, Joseph Nicéphore Niepce (1765-1833) obteve a primeira imagem fotográfica na França; e Fox Talbot (1800-1877), em 1844 também já havia fixado uma imagem em um papel negativo na Inglaterra (BUSSELLE, 1977, p.30).

Fotografar é escrever com a luz, segundo indica a própria origem grega da palavra, *photo* = luz e *grafia* = escrita (em latim é chamada *imago lucis opera expressa*: imagem revelada por ação da luz) (BARTHES, 1984, p. 121).

Busselle (1977, p.30) afirma que “a primeira pessoa no mundo a tirar uma verdadeira fotografia – se a definirmos como uma imagem inalterável, produzida pela ação direta da luz – foi Joseph Nicéphore Niepce, em 1826”. Segundo retrata Michael Busselle (1977, p.30), o processo utilizado por Niepce foi o heliográfico, porém não era adequado para a reprodução comum de fotografia. Sendo assim, no ano de 1835 Louis Jacques Mandé Daguerre, em uma de suas experiências, guardou em um armário, uma chapa revestida com prata, sendo estas, sensibilizada com iodeto de prata. No dia seguinte, ao abri-lo, encontrou uma imagem revelada.

No ano de 1837, o processo tornou-se padronizado, sendo a utilização de

chapas de cobre sensibilizadas com prata e tratadas com vapores de iodo a qual revelava a imagem, e expondo-a a ação do mercúrio aquecido, a imagem tornava-se inalterável, após a submersão em uma solução aquecida de sal de cozinha. Niepce e Daguerre trabalharam em conjunto, por aproximadamente cinco anos, desenvolvendo diversas pesquisas e experiências, no entanto, Niepce veio a falecer em 1833, e a criação do Daguerreótipo teve notoriedade no ano de 1839, por Daguerre (BUSSELLE, 1977, p.30).

O daguerreotipo se mantém no auge até os anos de 1850. Na década seguinte, perde significativamente espaço para a fotografia sobre papel, capaz de atender à necessidade de uma propagação das imagens de consumo (FABRIS, 2008, p.16).

Fabris (2008, p.17) caracteriza três momentos fundamentais para o aperfeiçoamento dos processos fotográficos que resultou na invenção da primeira câmera fotográfica em 1895: o daguerreotipo, o colódio úmido e também a gelatina-bromuro, os quais coincidem com as três etapas da “complexa relação da fotografia com a sociedade do século XIX” (FABRIS, 2008, p.17).

Fabris (2008) esclarece os períodos de cada etapa:

A primeira etapa estende-se de 1839 aos anos 50, quando o interesse pela fotografia se restringe a um pequeno número de amadores, provenientes das classes abastadas, que podem pagar os altos preços cobrados pelos artistas fotográficos (Nadar, Carjat, Le Gray, por exemplo). O segundo momento corresponde à descoberta do cartão de visita fotográfico (*carte-de-visite photographique*) por Disdéri, que coloca ao alcance de muitos o que até aquele momento fora apanágio de poucos e confere à fotografia uma verdadeira dimensão industrial, quer pelo barateamento, quer pela vulgarização dos ícones fotográficos em vários sentidos (1854). Por volta de 1880, tem início a terceira etapa: é o momento da massificação, quando a fotografia se torna um fenômeno prevalentemente comercial, sem deixar de lado sua pretensão a ser considerada arte. Para diferenciar-se da fotografia corriqueira, a fotografia artística não hesita em renegar as especificidades do meio, lançando mão de uma série de técnicas como goma bicromatada e o bromóleo, que garantem resultado semelhante ao pastel e à água-forte (FABRIS, 2008, p. 17).

De acordo com Vilém Flusser (2002, p.39) as primeiras fotografias eram, todas, em preto-e-branco, demonstrando que se originavam de determinada teoria da ótica, o qual relata que a partir do progresso da química, tornou-se possível a produção de fotografias em cores. O autor também enfatiza que “fotografias são imagens técnicas que transcodificam conceitos em superfícies”

(FLUSSER, 2002, p.43).

Segundo Boris Kossoy (2001, p.26), a partir da década de 1860 a fotografia notavelmente, teve aceitação, a qual propiciou o surgimento de verdadeiros impérios industriais e comerciais. No século XIX com o gradativo desenvolvimento do processo fotográfico, iniciou-se uma nova forma de construção visual, a qual se destaca principalmente na atividade turística.

Diante da concepção de Urry (2001),

A imensa expansão da popularidade da fotografia, no final do século XIX, indica a importância dessas novas formas de percepção visual e seu papel na reestruturação do olhar do turista, que estava emergindo naquele período” URRY (2001, p.183).

Dubois (2008, p.61, grifo do autor) afirma que em relação à fotografia “antes mesmo de ser uma imagem que reproduz as aparências de um objeto, de uma pessoa ou de um espetáculo do mundo, é em primeiro lugar, essencialmente, da ordem da *impressão*, do *traço*, da *marca* e do *registro*”, de tal forma a fotografia é composta pelo efeito da luz, que se distingue pelos mais diversos símbolos.

Kossoy (2001, p.26) afirma que com o advento da fotografia, houve a disseminação do conhecimento, de forma mais ampla e objetiva, comparada a outras realidades que lhe eram impostas, “transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica”.

Na sequência Kossoy (2001) apresenta categorias para falar sobre a fotografia, os elementos constitutivos, produto final e espaço/tempo.

Três elementos são essenciais para a realização de uma fotografia: o *assunto*, o *fotógrafo* e a *tecnologia*. São estes os *elementos constitutivos* que lhe deram origem através de um processo, de um ciclo que se completou no momento em que o objeto teve sua imagem cristalizada na bidimensão do material sensível, num preciso e definido *espaço* e *tempo* (KOSSOY, 2001, p.37, grifo do autor).

Desta forma, o autor define os elementos constitutivos (assunto, fotógrafo e tecnologia), coordenadas de situação (espaço e tempo) e o produto final (fotografia) da seguinte maneira:

ASSUNTO

Tema escolhido, o referente fragmento do mundo exterior (natural, social, etc.)

FOTÓGRAFO	Autor do registro, agente e personagem do processo.
TECNOLOGIA	Materiais fotossensíveis, equipamentos e técnicas empregados para a obtenção do registro, diretamente pela ação da luz.
ESPAÇO	Geográfico, local onde se deu o registro.
TEMPO	Cronológico, época, data, momento em que se deu o registro.
FOTOGRAFIA	A imagem, registro visual fixo de um fragmento do mundo exterior, conjunto dos elementos icônicos que compõem o conteúdo e seu respectivo suporte (KOSSOY, 2001, p. 39).

Conforme Kossoy (2001, p. 44), “a compreensão de todos esses componentes é imprescindível para se entender que toda fotografia representa em seu conteúdo uma interrupção do tempo e, portanto, da vida”.

Diante da concepção de Kossoy (2001, p.28), fotografia é “um intrigante documento visual cujo conteúdo é a um só tempo revelador de informações e detonador de emoções”. O autor afirma que fotografar é uma forma de preservar a imagem de seu referente, para ele “reflexos de existência/ocorrências conservados e congelados pelo registro fotográfico” (KOSSOY, 2001, p.28).

As fotografias podem ser interpretadas de diversas formas dependendo de quem a observa, pois, a imagem pode ser um meio de obter informações ou reavivar sentimentos contidos no momento em que a foto foi registrada.

Sendo assim, entende-se que a fotografia se estendeu por várias áreas de conhecimento, devido ser de âmbito ilustrativo, portanto, a sociedade passou a reproduzir imagens, saciando o desejo de obter de forma física, um fragmento da realidade, no início, a fotografia era privilégio de poucos, porém nos dias atuais, devido às novas tecnologias e barateamento da forma de fazer fotografia, esta, se faz presente no cotidiano de todas as classes sociais.

2.1.1 FOTOGRAFIA E TURISMO

Para Sontag (2004, p. 19) “a fotografia desenvolve-se na esteira de uma das atividades modernas mais típicas: o turismo”.

O turismo destaca-se na atualidade pelos mais variados motivos, entre eles, estão as características econômicas e sociais, as quais contribuem para o desenvolvimento da sociedade, pois o turismo promove o deslocamento de

indivíduos, proporcionando o descanso, o conhecimento, e a disseminação da cultura. Sontag (2004, p. 19) destaca “pela primeira vez na história, pessoas viajam regularmente, em grande número, para fora de seu ambiente habitual, durante breves períodos”.

Dentre as práticas de âmbito turístico, está o ato de fotografar; é por meio da viagem que a experiência turística passa a ser registrada, compiladas nas lentes de uma câmera, e fixada em uma imagem. Sontag (2004, p.34) afirma “a necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotos é um consumismo estético em que todos, hoje, estão viciados”.

De acordo com Urry (2001, p. 17), “os relacionamentos turísticos surgem de um movimento das pessoas para várias destinações e sua permanência nelas”. A definição de turismo para De La Torre (1992), *apud* Barreto (2002, p. 13) é:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE, 1992, p. 19).

Contudo, no ano de 1994, a Organização Mundial do Turismo conceituou a atividade turística de tal forma, incluindo a atividade a negócios:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38).

As fotografias incitam o desejo de viajar e geram a percepção sobre determinado espaço turístico, as imagens criam anseios e perspectivas em futuros viajantes. Urry (2001) destaca:

Aquilo que se procura durante as férias é um conjunto de imagens fotográficas, como as que se vêem nos folhetos das excursões, distribuídos pelas agências de turismo, ou em propagandas de televisão. Quando o turista está viajando, ele se põe a buscar essas imagens e as captura para si. No final, os viajantes demonstram que

estiveram realmente em determinado lugar, exibindo sua versão das imagens que haviam visto originalmente, antes da viagem (URRY, 2001, p. 187).

Portando, as imagens são instrumentos de *marketing* utilizados para relatar visualmente, informar e divulgar os destinos turísticos, sendo assim, a fotografia apresenta-se de forma condutora a um turismo revelador, que com precisão, antecipa imagens de um destino a ser conhecido através de uma viagem.

Conforme Urry (2001, p. 186) “pensa-se que a câmera não mente”, em conformidade, Sontag (2004, p. 177) afirma “a realidade passou cada vez mais a se parecer com aquilo que as câmeras nos mostram”. Desta forma, as pessoas passam a idealizar aquilo que se vê nas imagens fotográficas, o qual se torna fragmento da realidade para elas. Gastal (2005) retrata sobre a imagem e imaginários conforme a seguir:

Imagens porque, na própria cidade ou no estrangeiro, antes de se deslocarem para um novo lugar, as pessoas já terão entrado em contato com ele visualmente, por meio de fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas na Internet. Imaginários porque as pessoas terão sentimentos, alimentados pelas amplas e diversificadas redes de informação que as levarão a achar um local romântico, outro perigoso, outro bonito, outro civilizado (GASTAL, 2005, p. 13).

A disseminação de determinados destinos ocorre devido à vinculação das imagens através da mídia, as quais estabelecem um código visual tornando-se um comunicador (emissor) de paisagens, e atingindo o alvo, que são as pessoas (receptores). De acordo com Urry (2001, p. 18) “os lugares são escolhidos para ser contemplados porque existe uma expectativa, sobretudo através dos devaneios e da fantasia (...)”.

Tal expectativa é construída e mantida por uma variedade de práticas não-turísticas, tais como o cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos e os vídeos, que constroem e reforçam o olhar (URRY, 2001, p.18). As características atribuídas às imagens atraem os observadores em maior ou menor grau, dependendo da forma com que é apresentada, pois imagens estimulam emoções e sensações através da percepção.

Sendo assim, Buonanno (2004) afirma:

Não existe dúvida da relevância da mídia para a propagação de referências sobre o outro. Através dos meios de comunicação tem-se “recursos disponíveis para ampliar nossas geografias imaginárias, pluralizar nossos mundos simbólicos de vida, familiarizar-nos com o outro e o distante, construir ‘sentidos de lugares imaginários’. Viajar pelo mundo sob a proteção da experiência mediada (BUONANNO, 2004, p. 346).

Os imaginários turísticos estabelecem diferentes aspectos na abrangência da visualidade das imagens, pois permitem que de forma ilusória, o observador viaje sem sair de casa. De acordo com Amirou (2007, p.67), “este imaginário não funciona no “vazio””, são necessários elementos objetivos, no tempo ou no espaço, os quais permitem a construção de imagens. Para ele, o processo de criação de imagens turísticas converte o espaço em diferentes partes, sendo assim: “umas propícias ao exotismo e outras que são “neutras”, sem atrativos para férias. Trata-se de uma verdadeira encenação da vida e do espaço turístico” (AMIROU, 2007, p.67).

Buratto (2004, p. 7) expõe que diante da linguagem fotográfica, a difusão de tais símbolos incita o imaginário cultural, “fenômeno este que ultrapassa as barreiras do tempo e que tende a surgir de acordo com o meio cultural histórico de cada viajante”, afirmando que o imaginário se manifesta de acordo com a simbologia presente no cotidiano.

As imagens fotográficas têm sido essenciais para a consolidação de um lugar, pois através dela, propaga-se o que até então era desconhecido, e de fato, são ferramentas de suma importância para o turismo, que a utiliza para estimular sensações, e também o desejo de consumo, pois o turismo envolve expectativas e gera influência ao imaginário das pessoas.

O desenvolvimento da tecnologia que aperfeiçoa a reprodução de imagens e simplifica o processo de captação e também, de armazenagem e impressão têm fomentado o uso das imagens fotográficas em diversas áreas e disciplinas, principalmente do turismo.

De tal forma, as imagens turísticas que o turista encontra na hora de escolher sua viagem, são determinantes para a tomada da decisão, pois influenciam e criam expectativas sobre o local, antes mesmo de deparar-se com a realidade.

De acordo com Ferrari (2010, p.36) “a experiência de viajar se assemelha à de fotografar em vários aspectos: ambas trazem ganhos éticos, estéticos, sociais e psíquicos”. Sendo assim, a fotografia é uma linguagem de abrangência universal, é uma técnica de comunicação e uma forma de expressão que ocupa um espaço significativo na sociedade, fazendo parte do processo de modernização, tornando o ato de fotografar uma prática social consolidada no turismo, devido à relação da atividade turística por intermédio das imagens fotográficas.

2.1.2 O ATO FOTOGRÁFICO

“Hoje em dia, tudo existe para terminar numa foto” (SONTAG, 2004).

A inclusão da câmera fotográfica aos aparelhos de telefonia móvel tem elevado a substituição de forma expressiva das câmeras tradicionais, e está cada vez mais presente nos lugares turísticos, e o ato de fotografar torna-se algo comum. A subsequente industrialização da tecnologia da câmera apenas cumpriu uma promessa inerente à fotografia, desde o seu início: democratizar todas as experiências ao traduzi-las em imagens (SONTAG, 2004, p.18).

As novas tecnologias e o fácil acesso à internet têm permitido a vinculação das imagens na mídia e também em redes sociais, pois permitem que fotografias sejam visualizadas em curto período de tempo, saciando o desejo de ver e ser visto, principalmente quando a foto é registrada em um local significativo.

Uma câmera fotográfica constitui-se, essencialmente em um mecanismo prático, concebido para uma vida funcional [...] (FREEMAN, 2013, p.7).

O ato de fotografar para Dubois (2008, p. 15) é:

A foto não é apenas uma imagem (o produto de uma técnica e de uma ação, o resultado de um fazer e de um saber-fazer, uma representação de papel que se olha simplesmente em sua clausura de objeto finito), é também, em primeiro lugar, um verdadeiro *ato* icônico, uma imagem, se quisermos, mas *em trabalho*, algo que não se pode conceber fora de suas *circunstâncias*, fora do *jogo* que anima sem *comprová-la* literalmente: algo que é, portanto, ao mesmo tempo e consubstancialmente, uma *imagem-ato*, estando compreendido que esse “ato” não se limita trivialmente apenas ao gesto da *produção*

propriamente dita da imagem (o gesto da “tomada”), mas inclui também o ato de sua *recepção* e de sua *contemplanção* (DUBOIS, 2008, p. 15, grifo do autor).

De acordo com Urry (2001), a obtenção de imagens fotográficas faz com que haja a organização da experiência enquanto turista. Para o autor, as recordações dos lugares onde estiveram são estruturadas em grande medida através das imagens fotográficas e também o texto, sobretudo verbal, que tece em torno dessas imagens quando é mostrada para outras pessoas. Urry indica que o olhar do turista envolve irredutivelmente a rápida circulação das imagens fotográficas (URRY, 2001, p. 187).

É cada vez mais notório ver alguém com uma máquina fotográfica ou um equipamento que fotografe, como um telefone celular móvel, visto que tal objeto torna-se elemento essencial na preparação da viagem. Sontag (2004, p.20) já afirmava “parece decididamente anormal viajar por prazer sem levar uma câmera”.

Atualmente a sociedade vivencia uma cultura de imagens, onde frequentemente fotografar cumpre um papel mais importante que a própria realidade. Sontag (2004, p. 20) propõe “um modo de atestar a experiência, tirar fotos é também uma forma de recusá-la – ao limitar a experiência a uma busca do fotogênico, ao converter a experiência em uma imagem, um souvenir”. O homem, neste caso, o turista, passa a viver em função das imagens.

A preocupação em captar uma imagem de boa aparência e atraente aos olhos de quem a verá futuramente, permeiam a experiência do turista no decorrer da sua viagem, onde viajar para desfrutar um momento de lazer e contemplação das paisagens fica em segundo plano.

Gastal (2005, p.25) destaca “as máquinas fotográficas são companheiras fiéis aos viajantes”. A autora faz uma analogia às fotos, afirmando que as fotos serão expostas para amigos e parentes, logo depois serão guardadas e vez ou outra serão vistas novamente, “para surpreender o viajante e transportá-lo, de novo, para a deliciosa experiência de estar em lugares diferentes da sua rotina”.

A população que atualmente consome imagens de forma ampla, existentes nos cartazes, *banners*, *outdoors*, revistas, televisão, e nos meios eletrônicos, também a cria gradativamente. Nota-se que há um ato viciante em fotografar todos os momentos e compartilhá-lo. Urry (2001, p. 186) alega “assim,

um fotógrafo parece fornecer a prova de que algo aconteceu de fato, de que alguém estava realmente presente (...). Quando uma viagem não é fotografada é como se não tivesse relevância. A tendência é fotografar, e este ato se torna mais importante do que a experiência enquanto turista.

Segundo Ferrari (2010):

(...) fotografar uma viagem passou a ser um dos elementos da experiência de viajar equiparado a se hospedar, se alimentar, visitar um atrativo turístico, contemplar uma linda paisagem ou adquirir um souvenir. Um experimento visual único que se tornou uma das marcas da pós-modernidade (FERRARI, 2010, p.99).

De acordo com Kossoy (2001, p. 36), “toda fotografia tem sua origem a partir do desejo de um indivíduo que se viu motivado a congelar em imagem um aspecto do real, em determinado lugar e época.” De tal forma, o ato de fotografar é uma forma de captar e congelar uma cena anteriormente vista e admirada. Segundo Flusser (2002, p.12), “todo ato científico, artístico e político visa eternizar-se em imagem técnica, visa ser fotografado (...)”. O autor considera o ato de fotografar um rito de magia que constitui uma imagem.

Para Hadlich (2008, p.106) “[...] fotografar é, antes de tudo, atribuir valor, dar importância, prioridade a determinados atores e componentes de uma cena, registrados numa imagem fotográfica [...]”. Contudo, o turista passa a ver a paisagem através da lente de uma câmera, não atribuindo valor e nem percebendo sentimentos contidos a realidade em que se está vivendo quando fotografar torna-se prioridade.

Na contemporaneidade percebe-se que não é o suficiente somente viajar e viver a experiência dos momentos de lazer, sem estar na companhia de uma câmera fotográfica, isto é, o turista deseja fotografar a fim de se apropriar do objeto fotografado. As fotos também são um modo de comprovar sua presença no lugar visitado, e fotografar torna-se um meio de ver e ser visto.

Conforme afirma Sontag (2004, p.14), “fotografar é apropriar-se da coisa fotografada. Significa pôr a si mesmo em determinada relação com o mundo, semelhante ao conhecimento - e, portanto, ao poder”.

Ainda Sontag (2004, p.35, grifo da autora) “não seria errado falar de pessoas que têm uma *compulsão* de fotografar: transformar a experiência em si num modo de ver”. A autora explica que ter uma experiência, torna-se

semelhante a tirar de si mesmo a própria foto, “e participar de um evento público tende, casa vez mais, a equivaler a olhar para ele, em forma fotografada”.

Contudo, o processo de registrar mecânica e constante a experiência em determinado espaço turístico, faz com que o turista deixe de contemplar o real e viva a experiência da viagem apenas depois, vendo as fotografias.

Em relato jornalístico a compulsão do turista em retratar sua viagem com câmera digital fica evidente. O texto nos diz que:

Em meio ao burburinho da sala onde fica o quadro *Mona Lisa*, no Museu do Louvre, em Paris, o fotógrafo Fabio Seixo percebeu algo não exatamente errado, mas exagerado. Os visitantes se espremiavam para disparar os *flashes* da máquina e ter a foto de uma das imagens mais intrigantes e conhecidas do mundo. A guerra para fotografar a musa enigmática imortalizada por Leonardo da Vinci revelava, ali, algo maior: a necessidade de se vivenciar, por meio da foto, a experiência do presente.¹

(Carta Capital: 01/04/2013) publicado por Marsílea Gombata.

Segundo Sontag (2004, p. 20), “viajar se torna uma estratégia de acumular fotos. A própria atividade de tirar fotos é tranquilizante e mitiga sentimentos gerais de desorientação que podem ser exacerbados pela viagem”.

O ato fotográfico é frequente em viagens e que, se porventura, o turista viajar e não levar um equipamento que registre momentos desta viagem terá a opção de contemplar a experiência que está vivendo e guardá-la na memória, ou lamentar-se por não possuir uma câmera. Flusser (2002, p.54) diz que o “homem-desprovido-de-aparelho se sente cego. Não sabe mais olhar, a não ser através do aparelho”.

Estudo publicado pela Doutora em Psicologia Linda Henkel, do Departamento de Psicologia da Fairfield University, com o seguinte título: Por favor não fotografe. Fotografar prejudica sua memória durante uma visita ao Museu. Um resumo deste trabalho está exposto na APS-Association For Psychological Science.²

¹ Clicar em vez de viver, tornou-se norma, 2013. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/clicar-em-vez-de-viver-tornou-se-norma>>. Acesso em: 27/03/2015.

² No Pictures, Please: Taking Photos May Impede Memory of Museum Tour, 2013. Disponível em: <<http://www.psychologicalscience.org/index.php/news/releases/no-pictures-please-taking-photos-may-impede-memory-of-museum-tour.html>>. Acesso em: 04/09/2015.

O estudo citado acima foi realizado por um grupo de estudantes que foram a uma visita guiada ao museu, dividido em dois grupos, parte deles foram instruídos a fotografar a exposição e a outra parte desses estudantes foram instruídos a apenas contemplar a exposição. No dia seguinte, foi aplicado um questionário em que testava a memória dos estudantes. E o grupo que utilizou o ato fotográfico não lembravam com precisão de detalhes dos objetos os quais haviam fotografado em relação aos que somente haviam observado as obras.

Um aspecto importante desse estudo, mostra como fotografar afeta a percepção geral da pessoa, e também em relação a memória. Pois evidencia que se a pessoa não rever as fotos que foram registradas, raramente se lembrará dos momentos obtidos.

Santaella (2005, p.74) ressalta:

Vem daí que essas informações sejam registradas na memória com certa persistência, memória que é, aliás, maior para o olho do que para o ouvido, que é maior do que a memória do tato, esta, por sua vez, maior do que a do olfato e paladar. Por isso, somos capazes de rememorar apenas os sentimentos de prazer ou desprazer provocados por um cheiro ou gosto, mas não guardamos na memória o cheiro ou o gosto em si, enquanto as memórias visuais e mesmo auditivas podem perdurar por toda a vida (SANTAELLA, 2005, p. 74).

Sontag (2004), afirma:

Abordar a fotografia à maneira de uma metralhadora – atirando muitos negativos na esperança de que uma será boa – é fatal para a pretensão de obter resultados sérios. Para se tirar uma foto boa, reza a regra comum, é preciso que a pessoa esteja vendo a foto. Ou seja, a imagem deve existir na mente do fotógrafo (...) (SONTAG, 2004, p. 133).

Para Ferrari (2010, p. 102) “com um novo código visual instaurado, passamos a ver o mundo representado por meio de uma imagem fotográfica, na qual a “coisa real” fotografada (capturada) em determinado momento é vista pelo olhar de um sujeito através de lentes”. Em consonância com Ferrari (2010), Sontag (2004), reflete sobre o código visual:

Ao nos ensinar um novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem uma gramática e, mais importante ainda, uma ética do ver. Por fim, o resultado mais extraordinário da atividade fotográfica é nos dar a sensação de que podemos reter o

mundo inteiro em nossa cabeça – como uma antologia de imagens. (SONTAG, 2004, p. 13).

John Urry (2001, p.185) explica que ao longo de décadas ocorreu “uma ilimitada insaciabilidade do olho que fotografa”, uma insaciabilidade que faz com que haja uma nova maneira de contemplar o mundo e novas formas de competência para fazê-lo. Desta forma, o turista passa a olhar a paisagem diante das lentes de uma câmera, fotografar não é errado, mas viajar para fazer fotografias caracteriza a perda dos sentidos que somente os olhos naturais poderiam obter.

Sontag (2004, p.12), afirma a popularidade do fazer fotografia, e o caracteriza como um ato de poder:

Em época recente, a fotografia tornou-se um passatempo quase tão difundido quanto o sexo e a dança — o que significa que, como toda forma de arte de massa, a fotografia não é praticada pela maioria das pessoas como uma arte. É sobretudo um rito social, uma proteção contra a ansiedade e um instrumento de poder. (SONTAG, p. 12, 2004).

Fabris (2008, p. 175) considera a exatidão da fotografia sendo ele como um discurso fiel da realidade como elemento exato “mobilizado pela própria fotografia, que confere verdade ao meio em si, que atribui autenticidade ao que se registra, independentemente da natureza (...)”. Sendo assim, a fotografia torna-se prova vital da experiência turística, e, portanto, seja por este motivo que o ato fotográfico ocupa cada vez mais espaço no turismo.

Ferrari (2010) diz que:

Portanto, fotografar essas experiências de viagens ultrapassa o ato de captar o momento e registrá-lo; é sentir-se poderoso ao eternizar-se na imagem, talvez uma sensação momentânea, mas intensa e documentada (física), o que dá a sensação de assegurar uma espécie de eternidade concreta. (FERRARI, 2010, p. 105-106).

Ferrari (2010, p. 114), destaca a fotografia como um consumo afirmando que “o fotógrafo-turista precisa comprovar a realidade (...). E isso só é possível através das imagens fotográficas turísticas que ele capta e que representam um consumo estético (...)”.

Sontag (2004, p. 195), também associa a necessidade de fotografar ao

consumo, afirmando, “consumir significa queimar, esgotar – e, portanto, ter de se reabastecer. À medida que produzimos imagens e as consumimos, precisamos de ainda mais imagens”.

Vilém Flusser (2002, p.41), em sua obra “Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia” caracteriza a intenção do fotógrafo ao fotografar:

Esquemáticamente, a intenção do fotógrafo é esta: 1. Codificar, em forma de imagens, os conceitos que tem na memória; 2. Servir-se do aparelho para tanto; 3. Fazer com que tais imagens sirvam de modelos para outros homens; 4. Fixar tais imagens para sempre. Resumindo: a intenção é a de eternizar seus conceitos em forma de imagens acessíveis a outros, a fim de se eternizar nos outros. (FLUSSER, 2002, p.41).

Sontag (2004, p.196) também evidencia os poderes da fotografia, as quais “têm desplatônizado nossa concepção da realidade”, tornando cada vez menos provável refletir nossa experiência “à luz da distinção entre imagens e coisas, entre cópias e originais”.

Para a filósofa, esse conceito condizia com a atitude depreciativa platônica no tocante à associação das imagens com as sombras, sendo elas, “transitórias, minimamente informativas, imateriais, impotentes copresenças das coisas reais que as projetam”. A autora deixa claro que a força das imagens fotográficas procede de serem elas realidades materiais por si só, ou seja: “depósitos fartamente informativos deixados no rastro do que quer que as tenha emitido, meios poderosos de tomar o lugar da realidade – ao transformar a *realidade* numa sombra ” (SONTAG, 2004, p.196).

Fotografar para registrar uma cena de cunho turístico tem se tornado uma decência para o turista. A busca pela foto perfeita, movida por um impulso ou receio de não registrar algo que possa ser atraente aos olhos humanos, tem tornado os turistas cada vez mais dependentes de imagens.

John Urry (2001) descreve:

A fotografia dá uma forma à viagem. É o motivo para se parar, tirar uma foto – clique! – e prosseguir. A fotografia implica obrigações. As pessoas sentem que não podem deixar de ver determinadas cenas, pois, caso contrário, as oportunidades de fotografá-las serão perdidas. (URRY, 2001, p.187).

O ato de fotografar deve ser mais bem compreendido, pois o consumismo estético se inicia a partir da necessidade de vivenciar a experiência por meio das fotos, fazendo com que haja o acúmulo de fotografias sem significados. Cabe ressaltar, que se de certa forma, o ato fotográfico pode ser considerado como uma limitação para as experiências enquanto turista, por outro lado, ampliam a imaginação e possibilitam uma mera interpretação da realidade, entretanto, o interessante, não seja colecionar fotos, mas sim, colecionar momentos e experiências.

2.2 ESPAÇO TURÍSTICO

2.2.1 ESPAÇO TURÍSTICO URBANO

Para Corrêa (2002), espaço urbano é:

[...] fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campo de lutas. É assim a própria sociedade em uma de suas dimensões, aquela mais aparente, materializada nas formas espaciais. (CORRÊA, 2002, p. 9).

Diversos acontecimentos na história da humanidade geraram a transformação no espaço, entre eles, quando o homem deixou de ser nômade, e passou a viver em um espaço fixo, desenvolvendo a agricultura, o comércio, a tecnologia, a ciência e também a indústria, ocasionando um crescimento populacional, sendo assim, a cidade tornou-se uma conquista do homem, um espaço dinâmico que agrega significados e valores para aqueles que nela habitam.

Segundo Boullón (2002, p. 189) “a cidade é um ambiente artificial inventado e construído pelo homem, cujo objetivo é viver em sociedade”. A cidade se tornou consequência da evolução social, ligada diretamente ao contexto histórico de um povo, onde a organização se dá através de aspectos políticos, podendo ser municipal, estadual ou federal, constituindo um papel fundamental na estrutura da produção e reprodução do espaço urbano.

De acordo com Castrogiovanni (2001, p. 25) “a cidade é uma construção física e imaginária, compreende um lugar e faz parte de todo geográfico”.

O espaço urbano abrange o processo de elementos distintos construídos através da sociedade mutável que ocupa terras e realiza a construção de áreas industriais ou residenciais, podendo estar atrelado a valores, étnica, política, cultura, formação educacional e profissional, ou seja, há diversidade social que se transforma de acordo com as necessidades de um povo, de tal forma, que as ações do homem definem o meio ambiente. Segundo Santos (2008, p. 62) “à medida que a história vai fazendo-se, a configuração territorial é dada pelas obras dos homens: estradas, plantações, casas, depósitos, portos, fábricas, cidades [...]”.

Boullón (2002) descreve espaço turístico como:

[...] consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país. (BOULLÓN, 2002, p.79).

Para o espaço urbano desenvolver-se e consolidar-se no âmbito turístico, é primordial que haja a infraestrutura e atratividade turística para acomodar o turista que se desloca do seu lugar habitual, pois a paisagem e a imagem turística vinculada pela mídia são elementares para a construção da visão referente à cidade e decisiva para despertar o desejo de visita.

Cruz (2002, p.109) fala que a “paisagem é a primeira instância de contato do turista com o lugar visitado e por isso ela está no centro das atratividades dos lugares para o turismo”.

Segundo Castrogiovanni (2001, p. 31) “a coexistência de manifestações, documentos, agentes e processos, os mais díspares ou similares possíveis” atribuem alteridade à vida urbana, deste modo “[...] uma riqueza de possibilidades na oferta turística”.

Castrogiovanni (2001, p.23) ainda difere a ordenação urbana e a ordenação turística referente ao desenvolvimento da atividade turística:

A ordenação urbana compreende o processo de organização dos elementos que compõem o espaço urbano de acordo com o estabelecimento de relações de ordem, com base na construção de

uma hierarquia de valores, no caso, com o objetivo de facilitar o desenvolvimento das atividades turísticas. A ordenação turística é a busca conveniente dos meios existentes no espaço para o sucesso das propostas relativas às atividades turísticas. (CASTROGIOVANNI, 2001, p.23).

Para Cruz (2003, p.13) existem dois fatores principais que condicionam a eleição de determinado espaço para o uso turístico, sendo a valorização cultural pela prática social do turismo e a divisão social e territorial do trabalho.

Yázigi (2002, p. 109) destaca o turismo como a única prática social que consome fundamentalmente o espaço, e atribui este consumo efetivado por meio da apropriação do espaço pelo turismo. O autor cita algumas formas de consumo, sendo estes, serviços de hospedagem, de restauração, de lazer, bem como o consumo da paisagem que se estabelecem entre turista e lugar visitado.

Cruz (2002) também expõe a relação do turismo com o meio urbano, conforme abaixo:

A relação entre turismo e urbano, do ponto de vista de uma análise espacial, pode ser metodologicamente apreendida por três situações distintas: o urbano antecede o aparecimento do turismo; o processo de urbanização é, simultaneamente, um processo de urbanização turística do lugar; ou ainda, esse processo pode ser posterior ao aparecimento do turismo e decorrente dele. (CRUZ, 2002, p.25).

Boullón (2002, p. 63) caracteriza o turismo em três aspectos específicos que ocorrem no território, sendo eles: o fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). O autor afirma que é nestas áreas em que se manifesta de forma material o espaço turístico ou “se reformula o espaço anteriormente ocupado”. E é nestas áreas ocorre de forma mais intensa o consumo do espaço.

Diante da concepção de Milton Santos (2008), o espaço urbano agrega áreas com diversos conteúdos técnicos e socioeconômicos, o autor exemplifica a biodiversidade, que compõe de uma diversidade socioespacial, adaptada em ecologias sociotécnicas “recriadas ao longo da história urbana e ampliadas no momento atual” (SANTOS, 2008, p.308).

Espaços urbanos são dinâmicos e produtivos, constitui de suporte para o turismo. Sendo assim, o envolvimento do turista e sua reprodução no espaço urbano elevam o turismo com características de uma atividade que consome, devido à utilização dos meios de transporte para locomover-se, meios de

hospedagem, apreciação da gastronomia local e por fim, o enriquecimento cultural que se dá através da viagem. De tal forma, a vitalidade da atratividade turística, cria uma relação entre turismo e cidade, formando um espaço turístico.

Segundo Cruz (2003), os núcleos urbanos apropriados pelo turismo, são submetidos a duas situações distintas, a qual descreve:

- a) Eles podem ser incorporados, espontaneamente, ao circuito das localidades turísticas, em função de terem suas características valorizadas pela atividade.
Em decorrência de uma incorporação espontânea, essas cidades podem investir na atividade em busca da manutenção e da implantação desses fluxos turísticos espontâneos ou ignorar a presença do turismo, deixando que este aproprie de seu espaço, de forma aleatória e não planejada.
- b) Eles podem induzir o desenvolvimento do turismo, caso essa incorporação espontânea não ocorra, mediante políticas e planejamento da atividade, direcionando os equipamentos urbanos já construídos e aqueles a construir, em função de uma urbanização turística do lugar. (CRUZ, 2003, p.16).

A atividade turística ocorre vinculada ao contexto de espaço, e obtém desenvolvimento mediante ao planejamento e infraestrutura dos atrativos e equipamentos turísticos presentes no território, sendo necessário também compreender os processos de reestruturação e valorização do espaço urbano, pois o espaço urbano é um território marcado pela evolução social, que produz e se reproduz de forma constante e é onde se constitui seus saberes, seus usos e costumes, manifestações culturais, políticas e históricas.

2.2.2 PAISAGEM URBANA E TURISMO

Através de estudos sobre a paisagem nota-se que vários autores, dentre eles, Boullón (2002), Meneses (2002) e Yázigi (1998) descrevem a existência da paisagem em relação ao turismo, associada à percepção visual do observador, como algo essencial.

De acordo com Meneses (2002, p.32) “não há paisagem sem um observador. A percepção visual é desta forma, uma condição fundamental para a existência cultural da paisagem”.

Para Boullón (2002, p. 119) “a existência de ambos os tipos de paisagem depende da presença de um observador sensível colocado diante de um

ambiente natural ou de um ambiente urbano”.

Entende-se então, que a paisagem pode ser interpretada de diversas formas dependendo da percepção de cada pessoa, e que sem a presença do homem, a paisagem deixa de existir, contudo, permanecem o ambiente natural e a cidade.

Segundo Eduardo Yázigi (1998):

A paisagem, indissociável da ideia de espaço, é constantemente refeita de acordo com os padrões locais de produção, da sociedade, da cultura, com fatores geográficos e tem importante papel no direcionamento turístico. Não se trata de dizer que ela seja a única forma de atração, mas que pesa muito no contexto de outros fatores (meios de hospedagem, bons preços e etc.). O turismo depende da visão (YÁZIGI, 1998, p. 74).

Diante da percepção de cada indivíduo, a visão atribui valores e significados distintos, pois a paisagem constitui de elementos existentes no espaço, podendo ser apreendido pelo olhar.

A percepção é, portanto, um aspecto a ser incorporado ao conceito de paisagem que acaba se revelando diferentemente a cada observador, segundo o grau de interesse existente (EMÍDIO, 2006, p. 57).

Castro (2002, p. 132) propõe que a paisagem,

[...] traduz o sentido de um meio em termos imediatamente acessíveis à visão, à audição e ao odor. Ela compreende uma lógica de identificação [...] a paisagem é o que se vê, e neste sentido ela é decorrência também do olhar que se constrói em parte da herança histórica da cultura e em parte como experiência individual. (CASTRO, 2002, p. 132).

Perceber, observar, detalhar, é uma dádiva que vai além do mero olhar, pois alcança outros sentidos, que possibilitam melhor compreensão da relação da sociedade com a natureza. Neste sentido, a construção da paisagem urbana é predominante a partir do projeto de edificações, monumentos e obras da arquitetura que entram em consenso com o urbanismo. A paisagem urbana transforma-se ao longo do tempo e traduz a identidade de uma cidade.

Scherer (2002) define a paisagem urbanística como:

O conjunto constituído tanto pelas edificações como pelas relações que entre elas se estabelecem e sua inserção na malha urbana. A paisagem urbanística dialoga com o sítio, com a paisagem natural e, deste diálogo, participam tanto edificações monumentais quanto produtos da arquitetura comum e também as resultantes das diferentes modalidades de autoconstrução. Isto é, a paisagem urbana e o urbanismo em seu interior evidenciam o modo como nos núcleos urbanos se relacionam as instituições e as diferentes classes sociais, em síntese: materializam a um só tempo a estruturação física e social interna da cidade (SCHERER, 2002, p.84).

De tal forma, para entender a paisagem urbana, se faz necessário compreender o que são as cidades e o desenvolvimento da sua história. Pois a paisagem caracteriza um fator resultante da atividade do homem no ambiente territorial, compreendendo também o cenário da vida cotidiana.

Bonametti (2001) afirma:

As paisagens urbanas não devem ser lidas somente por meio daquilo que vemos, mas também por meio daquilo com que nos identificamos; por meio daquilo que não conseguimos ver, mas sentimos. As paisagens urbanas devem ser fundadas nos objetos, na luz, na cor, nos sons e na história, assemelhando-se aos panoramas urbanos delineados por Benjamim; onde as tentativas de surpreender o brilho intenso e a delicada beleza estão presentes nas primeiras impressões e na memória das cidades (BONAMETTI, 2001, p.4).

Segundo Milton Santos (2008) a paisagem urbana agrega e associa fragmentos do tempo materializados de diversas formas, permitindo assim, “comportamentos econômicos e sociais diversos” (SANTOS, 2008, p.308). Entende-se então, que a paisagem urbana permite que haja uma interação com a atividade turística, a qual se estabelece no espaço.

Para Kossoy (2001, p.36) “são os componentes tridimensionais, da paisagem e dos vestígios da ação do homem, que serviram de quadro para que um certo fotógrafo efetuasse, através da câmera, o devido registro (...)”. Ao observar a paisagem urbana, verificam-se as manifestações culturais e históricas criadas e desenvolvidas pelo homem que se constituem de cenário para a obtenção de uma fotografia, e preservação do real, através da câmera fotográfica.

Para o turismo, a paisagem urbana sempre teve um papel de relevo: a

beleza, a harmonia, a poesia, a magnificência, o pitoresco de diferentes paisagens urbanísticas que encantam (SCHERER, 2002, p. 87). De tal forma, a paisagem urbana tem o potencial de encantar, pois cada cidade tem uma construção singular, que se difere de outros locais com a edificação de espaços, ruas e praças.

Ruschmann e Tomelin (2013, p. 193) enfatizam que “a paisagem pode ser entendida como um sistema formado pelas interações dos elementos que a constituem e onde se demonstra “o registro da evolução biofísica e histórica da cultura””.

Assim, a paisagem constitui uma das expressões essenciais do espaço para a consolidação do turismo, o contato do turista com o espaço visitado é estabelecido, em virtude da paisagem urbana a qual proporciona um meio de interação entre eles. Contudo, esta interação pode ocorrer de modo superficial, pois o turista visa o belo, o estético, e os problemas de habitação, de violência, de saneamento, e problemas ambientais de modo geral, sofrem invisibilidade e não são estabelecidos no âmbito turístico.

Segundo Coriolano (2007, p. 26) “(...) paisagem, na representação do turista é diferente de paisagem geográfica. Esta é muito mais do que cenário, é o resultado da dinâmica da natureza e da sociedade (...)”.

Cruz (2003, p. 7) alega que os lugares já apropriados pelo turismo correspondem àquela porção do espaço geográfico cuja produção está sendo determinada por uma porção mais significativa do turismo, relativamente comparado a outras atividades.

Para Meneses (2002, p. 61) “o turismo e a paisagem têm enorme e inegável potencial de fecundação mútua e enriquecimento da vida humana”.

De acordo com o autor Castrogiovanni (2001, p.26) “uma paisagem urbana apresenta-se em seis componentes básicos: forma, identidade, função, estrutura, processo e significado”.

Castrogiovanni (2001, p. 26) descreve “a forma é composta pelos aspectos visíveis, exterior, dos elementos que compõe as cidades”, para ele “a identidade está associada ao diferencial, ou seja, as suas singularidades”. Já a função o autor relaciona ao “papel cotidiano que os espaços criados tendem a desempenhar”. A estrutura faz parte da “natureza histórica do espaço urbano, está ligada ao social e às questões econômicas na formação da cidade”. E

finaliza definindo o processo como “um conjunto de ações que se realiza de modo contínuo, visando resultados que interessam aos atores urbanos e implicando mudanças no tempo”. (CASTROGIOVANNI, 2001, p. 26 e 27).

Portanto, para conhecer de fato a paisagem urbana, deve-se conhecer o contexto histórico nela inserida e os processos de formação local. A atratividade nas cidades é fundamental, e quando estas possuem uma identidade peculiar, tornam-se fonte de significados, que atraem o olhar do observador e também a sua valorização.

Cruz (2003, p. 9) afirma que as paisagens são a porção visível do espaço geográfico e que, diante disso, desempenham importante papel na constituição dos fluxos turísticos.

Pires (2007) aborda argumentos sobre a relevância da paisagem no turismo:

Dada a sua clara identificação com o nível de qualidade dos recursos naturais e culturais requeridos pelo turismo, a paisagem proporciona amplas possibilidades de análise e avaliação destes mesmos recursos potenciais para o aproveitamento turístico, passando a se constituir como uma privilegiada categoria de análise no reconhecimento da vocação turística de determinado lugar (PIRES, 2007, p. 04-05).

Os recursos turísticos geram potencial diante da relação com o ambiente, que se manifesta entorno da paisagem. Segundo Cruz (2001) “as paisagens turísticas derivam da valorização cultural de determinados aspectos das paisagens, de modo geral, e, nesse sentido, toda paisagem pode ser turística” (2001, p.17).

Sendo assim, a paisagem é um componente fundamental para o desenvolvimento do turismo, que geralmente estão associadas a elementos naturais e culturais, diante delas, se obtêm aspectos visuais, estéticos e de simbologia histórica, pois constitui a identidade de um lugar.

Dependendo do grau da sua valorização, as paisagens se destacam na atividade turística, contudo, o desenvolvimento que se dá no setor de turismo, geram influência no âmbito sociocultural, econômico e ambiental em um espaço, causando mudanças também nas paisagens, sendo eles positivos ou negativos, pois o aumento da demanda turística em um espaço torna-se um dos fatores responsáveis pelo consumo das paisagens, o que propõe uma alteração no

próprio espaço, onde tais paisagens estão inseridas, sendo necessário garantir a sustentabilidade do destino e da sua paisagem.

3 MORRETES

3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS E GEOGRÁFICOS

Morretes é um município localizado na região litorânea do Estado do Paraná. No ano de 1646 a cidade passou a ser ocupada por aventureiros e mineradores procedentes de São Paulo, após a descoberta de jazidas de ouro na região (IBGE, 2015).

Em 1721, o ouvidor Rafael Pires Pardinho determinou que a Câmara Municipal de Paranaguá medisse e demarcasse trezentas braças em quadra, para servir de localização para futura povoação de Morretes, porém sete anos depois, em 31 de outubro de 1733 foi feita a medição territorial, marcando a sua fundação (PREFEITURA MUNICIPAL DE MORRETES, 2015).

De acordo com Zatti (2015, p. 228), na data de 1841, Morretes foi elevada à categoria de município, desmembrado de Antonina. Em 1869 foi equiparada a categoria de cidade, com a denominação de Nhundiaquara, no entanto, por lei de 1869, voltou a chamar-se Morretes.

O local foi povoado de forma lenta, e, em meados do século XVIII, o Capitão Antonio Rodrigues de Carvalho e sua esposa, Dona Maria Gomes Setúbal, naturais de Paranaguá, mudaram-se para Morretes. Este período também foi marcado pela construção da Igreja sob a invocação de Nossa Senhora do Porto e Menino Deus dos Três Morretes. No período de 1811 a 1832, o comércio e a indústria, entre elas o beneficiamento de erva-mate e a indústria de aguardente, destacavam-se entre as demais atividades. O nome do município originou-se do fato de estar a cidade cercada por morros de pequena elevação e que eram denominados de Morretes (IBGE, 2015).

A população morretense conta com 16.381 habitantes em sua totalidade, que resulta numa taxa de urbanização do município de 45,67 %, a densidade demográfica é de 23,83 hab/km². O município está situado na região sul do Brasil, encontra-se na microrregião de Paranaguá a qual está inserida na mesorregião de Curitiba, possui 687,541 km² de área territorial. São 10 metros de altitude, latitude de 25 ° 28 ' 37 " S e de longitude 48 ° 50 ' 04 " W estando a 70,40 km de distância da capital do estado (IPARDES, 2015).

FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DE MORRETES - PR.



FONTE: GOOGLE MAPS, 2015; IBGE 2015. ORGANIZAÇÃO: A AUTORA (2015).

Os limites do Município abrangem a oeste que são os municípios de São José dos Pinhais, Piraquara e Quatro Barras; a norte, Campina Grande do Sul; a nordeste, Antonina; a leste Paranaguá e a sul e sudeste Guaratuba.

FIGURA 2 – LIMITES DO MUNICÍPIO DE MORRETES – PR



FONTE: IPARDES, 2015.
NOTA: BASE CARTOGRÁFICA ITCG (2010). ORGANIZAÇÃO: A AUTORA

3.2 TURISMO NA CIDADE DE MORRETES

Morretes possui reconhecidos atributos que atendem a determinados segmentos turísticos, dentre eles, está o ecoturismo e turismo de aventura, pois está situado nas proximidades da Floresta Atlântica na Serra do Mar, que mantêm a diversidade de fauna e flora. O município de Morretes recebe ao ano em torno de 600 a 800 mil turistas, e é a terceira cidade mais visitada do Paraná se consolidando como o segundo pólo gastronômico (SETUR, 2015). A cidade também possui equipamentos turísticos que proporcionam serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento.

A categoria de meio de hospedagem mais consolidada são as pousadas, que variam de 500 a 550 leitos. Em relação à alimentação, Morretes possui em torno de 30 restaurantes, que atendem os moradores e principalmente os turistas, ofertando pratos típicos, como o barreado, frutos do mar, lanches, doces típicos como bananas-chips (doce e salgada), aipim-chips, e também a cachaça de banana (SETUR, 2015).

Em Morretes há atrativos assentados em sítios-naturais, sendo eles: três parques estaduais, Parque Estadual Pico do Marumbi, da Graciosa e também o Pau Oco, todos eles estão agregados a Área de Interesse Turístico do Marumbi, constituindo assim, uma paisagem de elementos naturais em que o turista pode contemplar parte da região litorânea (GUIA DO LITORAL PARANÁ, 2015).

Os rios constituem de importância para as práticas de interesse turístico, em que se é praticado esportes, como a canoagem, o boia-cross e pescarias. Na cidade também ocorre a prática da caminhada ecológica, ciclismo, montanhismo e também o rally (GUIA DO LITORAL PARANÁ, 2015).

Em Morretes é possível encontrar atrativos histórico-culturais, como a Igreja de São Benedito, que se mantém conservada, e é tombada pelo Patrimônio Histórico do Paraná. Recantos de lazer, Estação Ferroviária, e a Estrada de Ferro a qual destaca pela sua construção, inaugurada em 1885 (GUIA DO LITORAL PARANÁ, 2015).

No município de Morretes é preparado o Barreado, que é um prato típico do litoral paranaense, feito de forma peculiar. Na cidade também há engenhos

de cachaça artesanal, de diversos sabores, exemplo é a cachaça artesanal de banana.

3.3 CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES

No centro histórico de Morretes concentram-se a maior parte dos turistas, em virtude da presença de restaurantes e demais serviços turísticos, mesclados ao conjunto histórico e a um peculiar traçado urbano junto do Rio Nhundiaquara, pois sua margem é composta pelo espaço urbano dinâmico que se constitui de feiras típicas com exposição de artesanatos, produtos naturais fabricados pelos agricultores da região, a ponte velha de amplo movimento transitório e ponto de contemplação, o Marco Zero, Praça dos Imigrantes, comércio em geral, como o de artesanatos e restaurantes.

Ao redor, concentram-se casario histórico, como a Casa Rocha Pombo, Igreja Matriz Nossa Sra. Do Porto, Largo José Pereira, Largo Lamenha Lins, Teatro Municipal, Praça Rocha Pombo, Estação Ferroviária, Igreja de São Benedito, Praça Benedito Antunes de Oliveira e também a Rua General Carneiro que interagem de forma significativa com os espaços públicos diante dos serviços, equipamentos e infraestrutura ofertados, que contam com o atributo de um relevo que envolve a cidade, como os morros da Serra do Mar, exemplo é o pico Marumbi, que diretamente compõe a paisagem.

As margens públicas apresentam ruas de paralelepípedos, em consonância com as edificações e fachadas de casarios históricos de uso residencial e principalmente comercial, o comércio é distribuído de forma diversificada, destinado a restaurantes, pousadas, lanchonetes, artesanatos e sorveterias, com calçadas de livre percurso com a inserção de sinalização turística, em ligação com as praças, que contam com bancos de assento, lixeiras, telefones públicos, luminárias, coretos que além de serem aberto ao público é utilizado para apresentação artística, como o Fandango, próximo aos jardins arborizados que tornam-se um ambiente de recreação e lazer.

Outro elemento marcante às margens do Rio Nhundiaquara bem próximo aos turistas e moradores da região são os muros de contenção, que é composto por balaustres como forma de proteção e restrição que beiram o Largo Lamenha

Lins, casarios, restaurantes e também o recanto, que é composto de um gramado escadarias e conjunto de mesas e bancos públicos além dos demais estabelecimentos que estão às margens do rio.

A área urbana apresenta estação ferroviária e rodoviária, áreas verdes, avenidas, calçadas que comportam o fluxo social de pedestres, vias públicas de automóveis e bicicletas, entornam dos quintais, jardins, largos e serviços turísticos³.

³ A descrição do centro histórico de Morretes/PR foi realizada a partir do trabalho de campo realizado no dia 26 de maio de 2016.

4 FOTOGRAFIA, ESPAÇOS TURÍSTICOS E PAISAGEM DE MORRETES

4.1 O ATO FOTOGRÁFICO EM RELAÇÃO À PAISAGEM DO CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES

A etapa empírica deste estudo foi realizada em duas fases, na primeira, um pré-teste, guiada pelo instrumento do Apêndice 1, designado roteiro de entrevista. Este foi aplicado no dia 26 de maio de 2016, feriado nacional, denominado Corpus Chirsti, no centro histórico de Morretes, com duração aproximada de cinco minutos cada entrevista. Neste dia, foram entrevistados 15 pessoas, dentre eles, turistas e visitantes, contudo não foram obtidos dados relacionados ao objetivo determinado, que é interpretar o ato fotográfico em relação à paisagem do centro histórico de Morretes/PR, de modo a identificar as principais motivações e assuntos.

O resultado obtido mostrou-se insuficiente, pois as perguntas com alternativas fechadas não possibilitavam a expressão dos turistas em relação ao ato fotográfico. Este momento foi de suma importância, pois possibilitou a experiência de ter o primeiro contato com o turista e de remodelar o instrumento de acordo com a necessidade deste trabalho.

A experiência levou a estudos complementares a respeito da realização de entrevistas e fez-se necessário elaborar outro Roteiro de Entrevista, Apêndice 2, que consiste em perguntas abertas, possibilitando que os turistas dessem respostas mais espontâneas e detalhadas.

Sendo assim, neste segundo momento, foram realizadas entrevistas, no dia 04 de junho de 2016, sábado, no centro histórico de Morretes, com duração aproximada de dez minutos cada entrevista. Foram entrevistados 10 turistas/visitantes, logo após observar os mesmos fotografando, dentre eles, moradores das cidades de: Curitiba-PR, Paranaguá-PR, São José dos Pinhais-PR e São Paulo-SP, do gênero feminino e masculino.

Dos entrevistados, somente um turista declarou ser fotógrafo profissional, os demais se consideravam fotógrafos amadores. O principal motivo da viagem, geralmente está associado ao lazer, à busca pelo descanso e a fuga da rotina,

que advém a contemplação e/ou contato com a natureza, que caracteriza a viagem com duração entre um e dois dias na cidade.

Diante das respostas obtidas e da observação realizada, foi notório a relação do turista com a fotografia no centro histórico de Morretes, pois muitos paravam em frente ao cenário escolhido, ajeitavam o cabelo, a roupa, faziam pose, outros sorriam e fotografavam, após isto, olhavam a imagem captada e tiravam mais de uma foto no mesmo cenário, procurando obter o melhor ângulo.

Quando o turista estava sozinho, este pedia para alguém registrar uma foto de si, sendo assim, foi constatado também que havia uma preocupação da pessoa que consolidava o ato fotográfico em relação a quem pousou para a foto mesmo sem conhecê-la, pois, logo em seguida perguntava a pessoa se ela gostaria de tirar mais de uma foto, e assim, aconteceu.

[...] Sempre que da, aos finais de semana eu e meu marido viemos visitar Morretes, os nossos filhos já são adultos, e assim podemos passear, sem muita preocupação [...]. Sempre que aqui viemos, tiramos belas fotografias em frente à igreja da Matriz, e fotos assim, emolduram nosso porta retrato [...] (ENTREVISTADO 01).

[...] Ah, eu procuro estar bonito na foto né (risos), por isso achei melhor tirar mais fotos, se bem que a paisagem ao fundo ajuda. Na viagem que fiz de trem, registrei várias fotos, mas todas da Serra do Mar. Achei um espetáculo essa cidade de Morretes, a maioria das minhas fotos estão com o rio e a ponte ao fundo (ENTREVISTADO 02).

[...] Quando eu venho tirar fotos para os books, acabo por passear também. É, eu gosto de fotografar nos trilhos, na frente das portas dos casarões, e também nos jardins [...] Meu interesse na fotografia formavam-se como tema de fundo [...]. As fotos ficam bem coloridas e os clientes gostam do resultado [...] (ENTREVISTADO 03).

[...] Registro os momentos felizes e espontâneos, gosto de fotografar as crianças brincando, e prefiro trazê-las aqui, do que levá-las ao shopping [...] (ENTREVISTADO 04).

Os turistas observados sempre estavam fotografando-se junto à paisagem, em poucos momentos foi visto o registro fotográfico somente da paisagem. Muitas vezes era difícil abordar alguns dos turistas que estavam fotografando, pois eles paravam, tiravam a foto e seguiam em frente, sem ao menos parar para contemplar a paisagem que ali se fazia presente, porém os que concediam a entrevista estavam fotografando-se junto à paisagem e paravam para avistá-la, e conversar entre si, e foi neste momento em que tinham

disponibilidade para conceder a entrevista, dentre eles, muitos se sentiam à vontade quando o assunto abordava a fotografia em relação ao centro histórico de Morretes.

Os entrevistados utilizavam sempre de adjetivos para complementar suas respostas as perguntas realizadas e alguns deles se sentiam à vontade a ponto de perguntar se havia algum interesse em ver as fotografias que foram registradas por eles.

[...] Este lugar é lindo, eu gosto de vir aqui. Fico encantada com a natureza, e como eu amo fotografar, jamais poderia voltar para casa sem antes tirar uma foto. Desde que chegamos, começamos a fotografar. Em frente ao rio, tirei bastante fotografia, e dos produtos de artesanatos também. [...] (ENTREVISTADO 05).

Considero Morretes um espaço de beleza cênica, um lugar propício para fotografar e celebrar o amor, e é comum ver pessoas tirando fotos por aqui. Além do mais, é aconchegante e cativa. Sempre tenho vontade de voltar [...] (ENTREVISTADO 01).

[...] O bom daqui é a conservação do patrimônio, a cidade é limpa [...], e as fotos sempre ficam com um cenário bem apresentável. A foto que registrei ao passear de barco, já, já vou postar no Facebook, para mostrar aos meus amigos (ENTREVISTADO 06).

[...] Eu não posso sair de casa sem trazer minha câmera fotográfica, eu posso até esquecer a minha esposa, mas a câmera não (risos). Como você pode ver, eu acabei de tirar uma selfie ali na baixada do rio, e eu vou enviar para os meus parentes no grupo do WhatsApp, e fazer inveja pra eles, porque como eles moram em Foz do Iguaçu, sempre mandam fotos das Cataratas, eles tem as Cataratas, e eu tenho Morretes [...] (ENTREVISTADO 07).

No decorrer da entrevista foi observado que os turistas ficam encantados com a paisagem, e com o contato direto com os elementos naturais tão “próximos” da cidade. Também em razão do clima de “calmaria” do centro histórico. Em relato, o turista afirma que a música que soa dos instrumentos tocados pelo músico é suave e transmite paz. Na praça, há músicos que divulgam seu trabalho através da música, e concedem um fundo musical aos turistas enquanto desfrutam do momento de lazer e sentem-se à vontade para fotografar.

[...] É bom visitar Morretes, amo demais esse lugar, eu acho um máximo estar aqui com a minha família, e o interessante é que as músicas que são tocadas aqui são tranquilas, essas músicas não são

que nem aquelas que tiram a atenção da gente sabe, essas transmitem paz [...] (ENTREVISTADO 08).

Minhas fotos ficam muito bonitas aqui, o cenário formado pela natureza, equivale a uma pintura. É um festival de cores, tirei fotos junto às flores e dos pássaros [...] (ENTREVISTADO 04).

[...] No “Face” eu sigo umas páginas de Morretes, eles sempre postam fotos em forma de cartão postal, como aquelas que aparece a montanha lá atrás, daí quando eu venho visitar a cidade, sempre procuro tirar fotos parecidas com as que eu tinha visto [...] (ENTREVISTADO 05)

Diante deste cenário, também relatam que devido Morretes estar próxima de sua cidade de moradia, torna-se uma opção de viagem econômica e tranquilizante, longe da rotina do dia-a-dia, e fora do estresse do trânsito.

[...] Eu moro em Curitiba, e como Morretes fica próxima, é uma opção de lazer bem em conta, que cabe no orçamento. Às vezes na correria do dia-a-dia, não dá para parar e tirar uma foto legal, e aqui é um lugar perfeito para descansar e atualizar as fotos no Facebook (risos) [...] (ENTREVISTADO 09).

[...] O contato com a natureza dá uma sensação de tranquilidade, renova minhas energias, sabe. Para qualquer lugar que você olha, você contempla a natureza. Não se ouve barulho de buzina e o trânsito não é congestionado, estar aqui é maravilhoso [...] (ENTREVISTADO 04).

[...] É uma questão de costume, de hábito mesmo. Quando eu era mais nova eu vinha aqui com os meus pais, até hoje eu guardo as fotos, tenho uma foto sentada naquele banco ali e agora, eu venho com a minha filha e tiro fotos aqui também, porque eu acho legal, ela vai gostar de ver quando já estiver mocinha. [...] (ENTREVISTADO 10).

Os entrevistados revelam procurar ter práticas diferentes do que estão habituados, essas práticas geralmente têm relação com a fotografia, pois o que para eles é diferente, fotografam, como a fotografia da panela de barro onde é preparado o Barreado e o picolé de caldo de cana.

[...] Minha filha chega a ficar brava comigo, porque eu fotografo tudo, até cheguei a trocar de celular pra ter fotos de qualidade. Eu penso assim, meu celular é meu diário, e a cada lugar diferente que eu vou, merece ser registrado. Hoje foi a primeira vez que eu provei do barreado, sempre ouvia falar, e como foi uma coisa inédita pra mim, eu tirei foto do meu prato e até da panela (risos) [...] (ENTREVISTADO 06).

[...] Você acredita que eu tirei foto do picolé e postei no Facebook? (risos) É sério, eu acho legal o que eles vendem aqui, é diferente, nunca tinha visto isso antes. Eu precisava mostrar isso para os meus amigos (ENTREVISTADO 02).

[...] Ah, eu fotografo os momentos para ter recordação né, eu gosto de rever as fotos quando estou a caminho de casa, aí eu separo as melhores e posto nas minhas redes sociais [...] (ENTREVISTADO 08).

Determinado momento, ao percorrer a rua do centro histórico, foi observado um registro fotográfico diferente do habitual, o que foi visto não eram turistas pousando para a foto junto à outra pessoa, mas sim, um turista pousando para a foto juntamente com a imagem de uma pessoa em tamanho real, feita em papelão. Várias outras pessoas paravam para observar este ato, que despertava a curiosidade daqueles que também percorriam pelo local.

Na sequência, nos tópicos 4.2 e 4.3, apresenta-se uma síntese a respeito da interpretação do ato de fotografar no centro histórico de Morretes, baseada no conjunto de dados obtidos em campo.

4.2 MOTIVAÇÃO PARA FOTOGRAFAR

- A motivação para fotografar inicia antes da viagem, impulsionados pelo desejo de estar em um local diferente de seu cotidiano. Tem como objetivo utilizar da fotografia para narrar sua viagem e o que irão apreciar, tendo como referente especial aos elementos naturais da paisagem, com ênfase dada ao rio Nhundiaquara e flores;
- Os motivos para fotografar no centro histórico de Morretes estão ligados à natureza e aos sentimentos contidos ao percorrer ruas e largos. Os turistas sentem que podem desfrutar de momentos de lazer em meio aos elementos naturais da paisagem que compõem o conjunto da paisagem e suas edificações históricas. Relatam que a conservação do patrimônio, das praças e do rio Nhundiaquara desperta o desejo de fotografar, pois a união entre a natureza e o espaço urbano faz do centro histórico de Morretes um cenário propício para obter “boas” fotografias;

- A finalidade de obter registros fotográficos consiste no desejo de reter recordações dos momentos que viveram por meio das fotografias, com o intuito de reavivar as lembranças quando já estiverem em casa, e também incide na prática de mostrar as fotografias a amigos e familiares, para despertar neles o desejo de conhecer a cidade de Morretes diante de suas postagens nas redes sociais, como o Facebook e WhatsApp, como forma de divulgar o espaço visitado. Para o fotógrafo profissional, utilizará das fotografias para a composição de um book fotográfico.

4.3 CONTEMPLAÇÃO E ASSUNTOS DA FOTOGRAFIA

- Rio Nhundiaquara, fachada de casarios históricos, coreto, flores, igreja e artesanato são os objetos/ elementos da paisagem do centro histórico que mais atraem atenção na obtenção de registros fotográficos;
- Os entrevistados mencionaram que gostaram mais de fotografar na praça do centro histórico, pois a praça agrega atrativos, como o coreto, o jardim, os bancos e está próxima a ponte com vista para o rio Nhundiaquara. Para tais entrevistados, a praça transmite um lugar de tranquilidade;
- As fotografias especiais têm como assunto/tema o registro de uma família em momento de lazer, como o registro das crianças brincando, do casal namorando, do passeio realizado de barco e também dos pássaros que pousam próximo aos bancos;
- Os cenários mais utilizados como assunto/tema das fotografias estão associados à praça que está circundada pelo rio Nhundiaquara e possui uma mureta de contenção que permite fotografar de vários ângulos, com moldura do céu e o verde das árvores;

- Em relação às fotos registradas, é mais comum a preferência em fotografar-se junto à paisagem, mais conhecido como “selfie”, pois afirmam que a foto representa sua visão sobre o lugar, criando um vínculo capaz de demonstrar os sentimentos contidos no momento do registro fotográfico.

A experiência de realizar entrevistas com os turistas contextualizou resultados satisfatórios para a compreensão deste trabalho, que estabeleceu o vínculo das práticas fotográficas em virtude das paisagens e o contato com a natureza, onde também foi constatado a preocupação por parte dos turistas em relação a preservação do patrimônio, diante dos relatos apresentados, informaram ter registros fotográficos antigos no mesmo cenário em que trouxeram ou desejam trazer seus filhos para também tirar fotos no mesmo local.

Portanto, foi evidente a necessidade em fotografar os momentos vividos através da experiência turística, e também narrar suas fotografias, bem como, compartilhar suas fotografias nas redes sociais e buscar causar boa impressão diante do cenário escolhido, tal necessidade é atribuída ao desejo de obter um fragmento do que veem, do que vivenciam e por onde passam.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos estudos aqui apresentado, buscou-se a compreensão do comportamento dos turistas/visitantes da cidade de Morretes/PR, relacionado ao seu ato de fotografar no centro histórico da cidade, bem como, à reflexão em termos de importância concedido a este ato.

Tempos passados, a fotografia serviu para registrar os momentos de mais importância do homem, contudo ao longo do tempo, fazer fotografia tornou-se comum na sociedade moderna e faz parte do cotidiano das pessoas, principalmente ao realizar uma viagem. Fato este que se dá, diante do fácil acesso a equipamentos tecnológicos, que possui câmeras fotográficas embutidas em vários aparelhos eletrônicos.

A paisagem urbana, em harmonia com a paisagem natural é uma das principais atrações de Morretes, a qual motiva o turismo local na cidade, cidade esta, que possui características históricas peculiares.

Foi constatado que entre o turista e a fotografia, há uma subjetividade, a qual ocorre com mais frequência em cenários como o do centro histórico de Morretes, de acordo com as entrevistas, os cenários que mais atraem as lentes fotográficas são o Rio Nhundiaquara, fachada de casarios históricos, coreto, flores, igreja e artesanato.

Neste contexto, a relação do turista com o espaço turístico urbano é mediada por uma câmera fotográfica, que se torna fiel companheira do turista. O principal motivo da consolidação do ato fotográfico é para obter recordações e lembranças e também compartilhar suas fotos em redes sociais, tornando-se um meio de ver e ser visto.

Contudo, é complexo à medida que o turista se preocupa em fazer o registro de imagens a cada instante, fazendo uso das paisagens como cenário da fotografia na busca de uma visibilidade e afirmação da sua viagem, sem antes mesmo observar, admirar e apreender as imagens com o olhar, ter sensibilidade, guardar os fragmentos da realidade não somente através da fotografia, mas também na memória.

REFERÊNCIAS

- AMIROU, R. **Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem**. Porto: Editora Estratégias Criativas, 2007.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 12. ed. Campinas: papirus, 2002. (Coleção Turismo).
- BARTHES, R. **A Câmara Clara**: nota sobre a fotografia. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BENJAMIN, W. Pequena história da fotografia. In: **Magia e Técnica, Arte e Política** - Obras escolhidas Vol. 1. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BONAMETTI, J. H. **A ação do IPPUC na transformação da paisagem urbana de Curitiba a partir da área central**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2001.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. São Paulo: EDUSC, 2002.
- BUONANNO, M. Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. In: LOPES, M. I. V. **Telenovela**: internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004.
- BURATTO, M. **O diálogo entre a materialidade, o imaginário e os viajantes no cinema**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004.
- BUSSELLE, M. **Tudo Sobre Fotografia**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.
- CARTA CAPITAL. **Clicar, em vez de viver, tornou-se norma**. Disponível em: <cartacapital.com.br>. Acesso em: 27/03/2015.
- CASTRO, I. E. Paisagem e turismo: de estética, nostalgia e política. IN: YÁZIGI, E (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.
- CASTROGIOVANNI, A. C. et al (Org.). **Turismo urbano**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- CHEMIN, M. **Constituição fisionômica e identidade visual em espaços de paisagens**: um estudo de caso múltiplo em cidades turísticas do litoral do Paraná. (Tese) Doutorado em Geografia. UFPR, Curitiba, 2011.
- CORIOLOANO, L. N. M. T. (org). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EDUECE, 2007.
- CORRÊA, R.L. **O espaço urbano**. 4.ed. São Paulo: Ática, 2002.

CRUZ, R. C. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. IN: YÁZIGI, E (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Política de turismo e território**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Introdução à geografia do turismo**. 2.ed. São Paulo: Roca, 2003.

DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 11.ed. São Paulo: Papirus Editora, 2008.

EMÍDIO, T. **Meio Ambiente & Paisagem**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2006.

FABRIS, A. A invenção da fotografia: repercussões sociais. In: FABRIS, A. (Org.). **Fotografia: usos e funções no século XIX**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

FERRARI, C. M. M. O fotógrafo-turista: simbiose perfeita na experiência em viajar. In: Alexandre Panosso Netto; Cecília Gaeta (Org.). **Turismo de experiência**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2010.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume/Dumará, 2002.

FONTELLES, J. O. **Turismo e impactos socioambientais**. São Paulo: Aleph, 2004.

FREEMAN, M. **A arte da fotografia digital**. Porto Alegre: Bockman, 2013.

GASTAL, S. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIA DO LITORAL PARANÁ. Paraná: Editorial, v. 15, 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/GuiadoLitoral2015.pdf>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

HADLICH, D. O olhar fotográfico aplicado ao turismo. In: Luciane Aparecida Candido; Alexandra Marcella Zottis (Org.). **Turismo: múltiplas abordagens**. Nova Hamburgo: Editora Feevale, 2008.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades@. Disponível em: < <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>>. Acesso em: 18/08/2015.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno Estatístico do Município de Morretes**. Agosto/2015. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=83350&btOk=ok>>. Acesso em: 18/08/2015.

KOSSOY, B. **Fotografia & História**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 3. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

LEITE, M. E.; SILVA, C. A. C. **Imagens Múltiplas: algumas considerações sobre a (s) Fotografia (s) do século XIX**. Revista Eletrônica História em Reflexão (UFGD), v. 6, n.12, jul/dez 2012. p. 1-14, 2012. <<http://www.periodicos.ufgd.edu.br/index.php/historiaemreflexao/article/viewFile/2123/1178>>. Acesso em: 08 maio 2016.

MACHADO, A. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

MOTTA, P. C. **Serviços: Pesquisando a satisfação do consumidor**. Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 1999.

NASIO, J. D. **O olhar em psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1995.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PIRES, P. S. Marco Metodológico para a Aplicação dos Estudos da Paisagem no Planejamento turístico. In: **IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2007.

PSYCHOLOGICAL SCIENCE. **No Pictures, Please: Taking Photos May Impede Memory of Museum Tour**, 2013. Disponível em: <<http://www.psychologicalscience.org/index.php/news/releases/no-pictures-please-taking-photos-may-impede-memory-of-museum-tour.html>>. Acesso em: 04/09/2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MORRETES. **A cidade**. Disponível em: <<http://www.morretes.pr.gov.br/index.php/municipio>>. Acesso em: 18/08/2015.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

RUSCHMANN, D. V. de M.; TOMELIN, C. A. (orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri: Manole, 2013.

SANTAELLA, L. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**. 3.ed. São Paulo: Editora Iluminaras, 2005.

SANTOS, M. **A natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4. ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE MORRETES (SETUR). **Inventário Turístico de Morretes, Paraná**. Morretes: Secretaria Municipal de Turismo de Morretes, 2015.

SILVEIRA, D. T.; GERHARDT, T. E. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SONTAG, S. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

URRY, J. **O Olhar do Turista**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

YÁZIGI, E. **Turismo – uma esperança condicional**. São Paulo: Plêiade, 1998.

_____. A importância da paisagem. IN: YÁZIGI, E (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

ZATTI, C. **Da História: Rimas Paranistas**. Curitiba: IHGPR, 2015.

APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA – O ATO DE FOTOGRAFAR EM ESPAÇOS TURÍSTICOS URBANOS: CONTEMPLAÇÃO E FOTOGRAFIA NO CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES/PR

A) DADOS GERAIS

Município: Morretes/PR **Entrevistadora:** Thainá Hengel da Silva Peres **Data:** / / **Hora:** : :
Período da Pesquisa: () Alta Temporada () Feriado- Corpus Christi () Fim de Semana () Dias Úteis
 (Segunda a Quinta)

(B) PERFIL DO ENTREVISTADO: Turista

Residência Permanente 1 – País: () Brasil () Outro: **2 – Estado:** :
3 – Cidade: :
4 – Gênero: () Masculino () Feminino **5- Qual é a sua idade?** :
 : : : : : : : : :

(C) CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

6 - Qual a Principal Fonte de Informação Utilizou para Visitar o Centro Histórico de Morretes?
 (resposta única)

- () Feiras, Eventos e Congressos () Internet () Já Conhecia o Destino
 () Revistas e Jornais () Programas de TV e Rádio () Cartazes, Banners e Outdoors
 () Amigos/parentes () Agência de Viagem () Outros (especifique):

7 - Qual é o Principal Motivo da Viagem: (apenas uma opção)

- () Lazer () Negócios/Trabalho () Patrimônio Histórico
 () Parentes/amigos () Gastronomia () Cultura
 () Natureza/Ecoturismo () Religião () Congressos/Feiras () Outros:

8 – Com Quem Realiza esta Viagem?

- () Sozinho () Casal s/filhos
 () Grupo Familiar () Amigos () Grupo de Excursão

9 – Qual a Prioridade Dada a Câmera Fotográfica ao Planejar a Viagem?

- () Baixa, Não Tenho o Hábito de Fotografar
 () Média, Fotografo Somente o que Considero Importante
 () Alta, Fotografo a Cada Instante

(D) MOTIVAÇÃO PARA FOTOGRAFAR

10 – As Lentes Fotográficas da Sua Câmera Foram Atraídas Pelos Cenários do Centro Histórico de Morretes?

- () Sim () Não () Indiferente () Razoável

11 – Qual o Cenário que Gerou Mais Cliques?

- () Coretos () Igrejas () Praças () Obras Históricas
 () Rio Nhundiaquara () Rua das Flores () Pontes
 () Bancos () Fachadas () Jardim () Outros (listar):

12 – Qual Principal Motivação para Fotografar? (apenas uma opção)

- () Recordações e Lembranças () Comprovar a Amigos e Parentes
 () Passar Tempo () Ostentar em Redes Sociais

13 – Compartilhou as Fotos em Redes Sociais? Se sim, qual?

- () Facebook () WhatsApp () Instagram
 () Twitter () Flickr () MySpace () Outros:

(E) ASSUNTOS DA FOTOGRAFIA**14 – Qual Assunto Abordou a Consolidação do Ato Fotográfico?**

- ☐ Paisagem Natural ☐ Paisagem Urbana
☐ Família ☐ Viagem

15 - Em Relação às Fotos Registradas, Fotografou Somente a Paisagem, ou se Fotografou Junto a Paisagem (Selfie)?

- ☐ Somente a Paisagem
☐ Selfie
☐ As Duas Opções

(F) EXPECTATIVAS**16 – Se Você Tivesse Esquecido de Trazer sua Câmera Fotográfica, Como Você se Sentiria?**

- ☐ Frustrado Por Não Poder Fotografar
☐ Satisfeito em Apenas Contemplar a Paisagem
☐ Indiferente

17 – Para Você, Fotografar é Um Ato Importante No Centro Histórico de Morretes? ☐ Não ☐ Sim
Se Sim, Por Que?

APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE ENTREVISTA “O ATO DE FOTOGRAFAR EM ESPAÇOS TURÍSTICOS URBANOS: CONTEMPLAÇÃO E FOTOGRAFIA NO CENTRO HISTÓRICO DE MORRETES/PR”

CAMPO (A)
MOTIVAÇÃO PARA FOTOGRAFAR

- 1) Você se considera: fotógrafo profissional () ou amador ()?
- 2) Antes da viagem já havia algum interesse especial em relação à prática de fotografar Morretes? Qual (is)?
- 3) O que te motivou a fotografar Morretes?
- 4) O que você fará com as fotografias do CH de Morretes?

CAMPO (B)
CONTEMPLAÇÃO E ASSUNTOS DA FOTOGRAFIA

- 1) Quais objetos/elementos da paisagem do CH que você fotografou?
- 2) Quais os objetos/ elementos da paisagem do CH que você mais gostou de fotografar?
- 3) Algum assunto/tema especial foi fotografado?
- 4) Qual recorte de paisagem/ “cenário” você utilizou com mais frequência como assunto/tema em suas fotografias?
- 5) Em relação às fotos registradas, sua preferência foi fotografar somente a paisagem, ou se fotografar junto à paisagem (selfie)?

CAMPO (C) PERFIL DO ENTREVISTADO:

Residência Permanente – País: () Brasil () Outro:

Estado:

Cidade de residência:

Gênero () Masculino () Feminino

Qual o Principal Motivo da Viagem?

Quantos dias ficou/ ficará em Morretes?